Carrefour primer distribuidor que ofrece ciruela rosé con su propia marca

Carrefour alcanza un nuevo hito en su compromiso con los productores del campo español, al convertirse en la primera empresa del sector en ofrecer a sus clientes ciruela rosé dentro de su marca propia. En concreto la cadena comercializará este verano 110 toneladas de esta fruta con la marca Círculo de Calidad Carrefour (CDC).

Para ello, ha firmado un acuerdo con el productor aragonés Interlázaro, durante el transcurso de un acto que ha contado con la presencia de Alexandre de Palmas, director ejecutivo de Carrefour España y Gustavo Lázaro Hernández, presidente de Grupo Interlázaro.

La empresa de distribución compra al año 1.900 toneladas de fruta de hueso en la zona de Aragón, entre las que se encuentran, además de las ciruelas, otros productos como melocotones, nectarinas o paraguayas.

Grupo Interlázaro, que colabora con Carrefour desde 2002, es en la actualidad uno de sus productores de referencia. Es una empresa familiar con casi 100 años de experiencia en la producción de fruta de hueso y de fruta con pepita, con campos propios, todos ellos situados en tierras de Aragón. Sus fincas se encuentran en una zona privilegiada porque consiguen una combinación perfecta de los climas mediterráneo y montañoso, ofreciendo unas frutas únicas de calidad incomparable, como la ciruela Rosé CDC.

La ciruela rosé Círculo de Calidad Carrefour se comercializa desde el mes de septiembre a noviembre en todos los establecimientos de la cadena en España y es un cultivo de agricultura sostenible en el que se optimiza el riego para reducir el consumo de agua y se realiza una fertilización razonada. En su cultivo se realiza además una selección varietal para garantizar un producto con más sabor. La marca Círculo de Calidad Carrefour garantiza también se trata de un producto muy dulce ya que se permite su maduración en el árbol y se recolecta sólo cuando está en su punto óptimo; es una ciruela en la que no se ha empleado ningún tratamiento poscosecha y se ofrece al consumidor con la mejor relación calidad-precio, que caracteriza a las marcas propias de Carrefour.